法政大学学術機関リポジトリ
HOSEI UNIVERSITY REPOSITORY

PDF issue: 2025-05-09

市民風車事業 : 運動の現在と今後の展開

古屋, 将太 / 西城戸, 誠

(出版者 / Publisher)
法政大学人間環境学会
(雑誌名 / Journal or Publication Title)
人間環境論集 / 人間環境論集
(巻 / Volume)
8
(号 / Number)
1
(開始ページ / Start Page)
37
(終了ページ / End Page)
60
(発行年 / Year)
2008-01-31
(URL)
https://doi.org/10.15002/00003020

Hosei University Repository

市民風車事業・運動の現在と今後の展開

西城戸　誠
古屋将太

1　はじめに ―問題関心と問題の所在―

本稿の課題は、市民風車に出資をした人々と市民風車の立地点における活動に関する調査研究を通じて、市民風車事業・運動の現在と今後の課題について考察することである。市民風車とは、風力発電事業を展開するための資金の一部を「出資」という形で一般市民が拠出し、事業主である関連NPOが風車を建設、風力発電事業を運営するという風力発電の事業形態のことである。風力発電による電力は、電力会社に売電され、その収益から出資者への元本返済と利益配当がなされる。このような市民風車は、2001年9月に北海道浜頓別町で市民風車「はまかぜちゃん」が、2003年3月に青森県鰺ヶ沢町では「市民風車・わんず」、秋田県天王町（現在、潟上町）では「天王丸」が誕生した。また、2005年3月に北海道石狩市で2機の風車（「かぜるちゃん」「かりんぷう」）、2006年から2007年にかけて秋田に2基、茨城と千葉に1基が建設された。さらに現在、石川県輪島市門前町にて10基のウィンドファームを市民出資で実施することが計画されている。市民風車への出資は募集が始まると一般市民からの問い合わせが相次ぎ、募集締め切り期限を待たずに募集枠が満了になるなど、市民風車への社会的関心や需要は高まっているといえるだろう（図1、表1）。

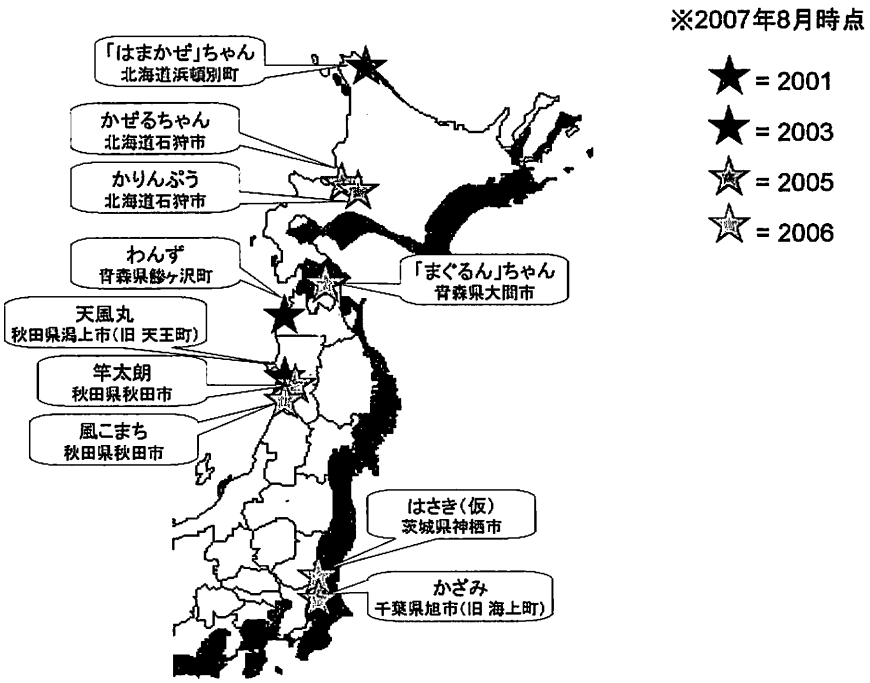

図1　市民風車の立地状況（2007年8月現在）

Hosei University Repository

表1　市民風車の実績概要（2007年10月時点）

名　　称	場　　所	運転開始	総事業費（円）	出資額（円）	出資者数
「はまかぜ」ちゃん	北海道浜頓別町	2001年9月	約2億	1億4,150万	217人
わんず	青森県鰺ヶ沢町	2003年2月	約3億8,000万	1億7,820万	776人
天風丸	秋田県潟上市（旧　天王町）	2003年3月	約3億4,000万	1億　940万	443人
かぜるちゃん	北海道石狩市	2005年3月	約3億2,500万	4億7,000万	596人
かりんぷう	北海道石狩市	2005年3月	約3億2,500万		
「まぐるん」ちゃん	青森県大間市	2006年3月	約2億4,500万	8億6,000万	1,043人
竿太朗	秋田県秋田市	2006年3月	約3億2,500万		
風こまち	秋田県秋田市	2006年3月	約3億5,000万		
HASAKI	茨城県神栖市	2007年9月	約3億4,500万		
かざみ	千葉県旭市（旧　海上町）	2006年7月	約3億3,300万		

これまで筆者らは、2003年10月に北海道浜頓別町、青森県鰺ヶ沢町、秋田県天王町（現在、潟上市）の市民風車への出資者に対する調査票調査（以下、初期3風車調査）、2005年1月に青森県鰺ヶ沢町の風車に対して出資募集の際に資料請求はしたが実際には出資しなかった非出資者を対象に調査（非出資者調査）を実施し、出資者や非出資者の意識や行動の差や、出資と非出資を分けた要因について分析をしてきた（西城戸・丸山，2006；Maruyama, Nishikido and Iida, 2007；西城戸，印刷中）。本稿では、2006年7月に石狩市の市民風車への出資者対象に行った調査（石狩調査）のデータを用いて、市民風車事業・運動の現在と今後の展開可能性について考察していきたい[1]。なお、市民風車に対する調査の概要は、表2の通りである。

表2　各調査の概要

	初期3風車調査	非出資者調査	石狩調査
実施年月	2003年10月	2005年1月	2006年7月
対象出資枠	北海道・青森 秋田・全国	青森・全国 （非出資者）	全　国 ※地元枠なし
回収率 （回収サンプル）	57.1%（688）	青森：30.7%（42） 全国：19.9%（137）	50.3%（302）
調査法	郵送法によるアンケート調査		

先行調査の知見を簡単に整理しておこう。飯田ほか（2004）では、初期3風車の出資者の市民風車への関心、環境意識、出資行動に関して分析し、次のような知見を得ている。まず、市民風車に関心をもった理由については、出資者には「社会への利益還元」や「エネルギーのグリーン志向」だけでなく、補完的に「自分への利益還元」などの要素が影響していたことが明らかになった。また、出資者の環境意識に関しては、全般的には自らが環境配慮行動を実施する必要性を感じ、環境問題に対する当事者意識が強い一方で、他者の環境行動を相対的に低く評価する傾向も見られる。さらに出資と年収との関連については、出資額と年収との間に相関はないことが明らかにされている。以上のように初期3風車の出資者は全般的に環境行動の一環として市民風車に出資していたとされている。

次に、西城戸・丸山（2006）や西城戸（印刷中）では、初期3風車の調査に加えて、非出資者調査のデータを用いて両者の比較を行い、初期3風車における出資枠別の出資要因を分析し、出資／非出資を分けた要因を明らかにした。まず、市民風車に対する出資の動機付けについては、環境運動や市民運動への理解を重視するという動機付けである「環境運動因子」、自分たちの風車が欲しい、風車へのコミットメントを求める「コミットメント因子（My風車因子）」、風車への出資が寄付ではなく、また配当に期待するといった「経済因子」の3つが働いていた。そして、これらの因子の強弱により出資者と非出資者の差を考察するとともに、市民風車の出資者

Hosei University Repository

の動機付けから、市民風車の展開可能性について3つのシナリオを予測している。西城戸・丸山（2006）によれば、第一のシナリオは、北海道枠と全国枠の出資者に典型的であった、環境運動としての共感を主軸として出資者の参加を促していく方向性である。環境意識が高く、自らも環境配慮行動や環境運動の担い手である出資者は、市民風車が持つ運動性に対する共感から出資をしている。第二のシナリオは、青森枠に見られるような風車の所有感覚や風車へのコミットメントを求める人たちの参加を増やしてく方向性である。「運動」という意味合いは相対的に低いが、風車への愛着、風車立地点へのコミットメントを求めて市民風車に出資が広がる可能性はある。なお後述するが、出資者の市民風車へのコミットメントを維持するためには、出資者と風車を繋ぐ風車立地点での活動が重要になってくる。最後に第三のシナリオは、市民風車への出資が投資の対象となり、単なる金融商品の一つになるという方向性である。出資に対する配当やリスクの度合いが他の金融商品と比較して相対的に優位でありつづければ、投資目的としての市民風車の出資が増加する可能性がある。

以上のシナリオは、市民風車の展開プロセスに合わせて長期的に検証していく必要がある。本稿ではその一つの作業として2006年7月に実施した北海道石狩市の市民風車に出資した市民との共通点と相違点を分析することによって、初期3風車から石狩風車への展開における出資者層の変化を分析する[2]。ここで留意すべき点は、初期3風車と石狩風車では出資スキームと広報の方法が異なっていることである（表3参照）。

市民風車第一号である、北海道浜頓別町の出資募集では、出資一口の金額は50万円に設定され、すべての出資を同じように扱っていた。広報の方法については、北海道グリーンファンド会員への呼びかけなどの地縁を通じた方法のほか、新聞などマスメディアへの掲載が主な方法としてとられていた[3]。

次に、青森県鰺ヶ沢町の事例では、出資一口の金額は10万円に設定され、地元枠（青森県内・鰺ヶ沢町内からの出資枠）と全国枠（全国からの出資枠）が設けられた。地元枠は全国枠よりも若干高い目標利回りを設定し、「地元に吹く風の恩恵は地元に還元される」という仕組みになっていた。秋田県潟上市の事例では、一口5万円のA枠と一口50万円のB枠を設けていた。広報の方法については、鰺ヶ沢町では運営主体のグリーンエネルギー青森が、潟上市では地元で活動する「市民風車の会あきた」がそれぞれの会員への呼びかけなどの地縁を通じた方法や、マスメディアへの掲載を行っていた。加えて鰺ヶ沢町の事例では、鰺ヶ沢町がチラシの配布など、行政からの広報協力を得ていた[4]。

そして、石狩市の市民風車では、再び出資一口50万円で全国枠のみの設定となっている。この背景には、鰺ヶ沢町・潟上市での経験から地元枠の設定は、より地元に密着して募集を行い風力の恩恵を地元に還元するという点では意義が認められるものの、出資一口の金額を小さくし募集口数を増やすことで膨大な事務コストが発生するといった事業者側の問題があったためである。また、全国枠の出資者のなかには「市民風車を応援したいという思いに変わりはないのになぜ地元枠が優遇されるのか」という声もあり、一口50万円という設定になった。広報の方法については、初期3風車と同様に地縁、マ

表3　事例ごとの出資スキームと広報

	初期3風車			石狩風車
	浜頓別町	鰺ヶ沢町	潟上市（旧 天王町）	
出資スキーム	一口50万円 全国枠のみ	一口10万円 地元枠・全国枠	A枠：一口5万円 B枠：一口50万円	一口50万円 全国枠のみ
広報	地縁 マスメディア	地縁 マスメディア 行政の広報協力	地縁 マスメディア	地縁 マスメディア カタログハウスの広報協力

Hosei University Repository

スメディアを通じた広報を行ったことに加え、通信販売大手の株式会社カタログハウスとの広報協力が全国向けに行われていたことが初期3風車との大きな違いとしてある（詳細は2-2で述べる）。

つまり、石狩の市民風車は、初期3風車と異なり、出資対象者が全国枠に一本化されたことにより、地域別に特性がなくなった反面、市民風車事業が全国化された最初の事例である。石狩市民風車以降の市民風車の出資に関しては、石狩の市民風車の出資方法と同じ形式を採用している。したがって、石狩の市民風車の出資者の動向を把握することによって、今後の市民風車事業・運動の方向性を模索することができると思われる。また、石狩の市民風車の出資者の募集に際しては、カタログハウスが出版する『通販生活』という通信販売の雑誌の読者が多く含まれている。その一方で、北海道石狩市に立地する市民風車ということもあり、反・脱原発運動の延長として展開された北海道浜頓別町の市民風車への出資者も含まれる。首都圏を中心としたカタログハウス（『通販生活』）経由の出資者と、従来の市民風車への出資者とどのような違いがあるのかという点も分析することによって、今後の市民風車事業・運動の方向性が明らかにすることが、本稿の目的である。

さらに、本稿では従来の市民風車に関する調査研究で看過されてきた、市民風車の立地点における市民活動の動態についても把握する。市民風車事業・運動のそもそもの目標は、自然エネルギーの推進のみならず、「地域社会の循環型経済の構築」という点であるが、青森県鰺ヶ沢町の市民風車による地域社会への波及効果に関する丸山（2006）の議論以外に、市民風車立地点に関する調査研究はなされていない[5]。市民風車の立地点と出資者の関係がどのようになっているのかという点と、上述した市民風車の出資者調査を合わせて、今後の市民風車事業・運動の方向性を考えていきたい。

以下、2節では石狩の市民風車の出資者の動向を分析し、初期3風車と石狩市民風車の出資者の相違点、および石狩市民風車の出資者の特徴について整理する。3節では市民風車立地点における市民活動の状況と、風車立地点と出資者の関係の実態について考察する。最後に市民風車事業・運動全体の今後の可能性と課題について整理する（4節）。

2　石狩市の市民風車への出資者

2-1　回答者の属性

はじめに出資者の基本的属性の違いを見ていこう（表4）。性別については、初期3風車では

表4　初期3風車と石狩風車の出資者の基本属性

		青森		北海道		秋田		全国		3風車全体		石狩		
性別	男性	155	66.8%	46	41.8%	57	56.4%	150	60.0%	408	58.9%	132	43.7%	男性
	女性	77	33.2%	64	58.2%	44	43.6%	100	40.0%	285	41.1%	170	56.3%	女性
年代	20代以下	8	3.4%	3	2.7%	4	4.0%	22	8.8%	37	5.3%	4	1.3%	20代以下
	30代	26	11.2%	9	8.2%	9	9.0%	59	23.6%	103	14.9%	53	17.5%	30代
	40代	50	21.6%	20	18.2%	18	17.9%	50	20.0%	138	20.0%	70	23.2%	40代
	50代	69	29.7%	49	44.5%	30	29.7%	68	27.2%	216	31.2%	96	31.8%	50代
	60代	61	26.3%	22	20.0%	35	34.7%	43	17.2%	161	23.2%	54	17.9%	60代
	70代以上	18	7.8%	7	6.4%	5	5.0%	8	3.2%	38	5.5%	25	8.3%	70代以上
職業	会社経営者・役員	22	9.8%	6	5.6%	4	4.0%	12	4.9%	44	6.5%	14	4.7%	会社経営者・会社役員
	会社員	48	21.3%	13	12.0%	20	20.0%	92	37.2%	173	25.4%	77	26.0%	常勤(フルタイム)の雇用者
	公務員	51	22.7%	11	10.2%	14	14.0%	34	13.8%	110	16.2%	37	12.5%	公務員
	臨時雇用・アルバイト	18	8.0%	6	5.6%	11	11.0%	22	8.9%	57	8.4%	37	12.5%	パートタイマー・臨時雇用者(派遣・契約社員を含む)
	自営業・自由業／家族従事者／農林水産業	28	12.4%	15	13.9%	15	15.0%	26	10.5%	84	12.4%	35	11.8%	自営業主・自由業者・家族従業員
	教員・大学教員・職員(専門職)	1	0.4%	5	4.6%	3	3.0%	5	2.0%	14	2.1%	96	32.4%	仕事はしていない(専業主婦・退職者など)
	団体職員・NGO	3	1.3%	7	6.5%	1	1.0%	3	1.2%	14	2.1%	0	0.0%	学生
	無職・退職	30	13.3%	19	17.6%	15	15.0%	19	7.7%	83	12.2%			
	専業主婦(夫)	21	9.3%	26	24.1%	16	16.0%	26	10.5%	89	13.1%			
	学生	1	0.4%	0	0.0%	0	0.0%	3	1.2%	4	0.6%			
	その他	2	0.9%	0	0.0%	1	1.0%	5	2.0%	8	1.2%			
世帯収入	250万円以下	24	10.4%	10	9.3%	9	9.0%	16	6.6%	59	8.7%	21	7.1%	250万円以下
	250-500万円	68	29.6%	27	25.0%	27	27.0%	51	21.2%	173	25.5%	64	21.7%	250-500万円
	500-750万円	52	22.6%	28	25.9%	30	30.0%	66	27.4%	176	25.9%	75	25.4%	500-750万円
	750-1000万円	49	21.3%	21	19.4%	19	19.0%	64	26.6%	153	22.5%	62	21.0%	750-1000万円
	1000万円以上	37	16.1%	22	20.4%	15	15.0%	44	18.3%	118	17.4%	73	24.7%	1000万円以上
割合の計			100.0%		100.0%		100.0%		100.0%		100.0%		100.0%	
N		233		111		102		252		698		302		

Hosei University Repository

表5　石狩出資者の性別と年代のクロス表

	男性	女性	合計
20代	0.7%	0.7%	1.3%
30代	7.0%	11.0%	17.5%
40代	10.3%	12.9%	23.2%
50代	11.9%	19.9%	31.8%
60代	9.6%	8.3%	17.9%
70代	3.6%	3.3%	7.0%
80代	0.7%	0.7%	1.3%
合計	43.7%	56.3%	100.0%

表6　出資者の居住地域

	北海道	東北	関東	北陸	中部	近畿	中国	四国	九州・沖縄
初期3風車全体	19.7%	36.6%	28.3%	0.4%	4.2%	6.8%	3.2%	0.1%	0.7%
初期3風車全国枠	3.6%	6.5%	58.5%	0.0%	10.1%	13.3%	7.3%	0.0%	0.8%
石狩	18.2%	4.4%	40.0%	2.5%	9.8%	15.3%	2.5%	2.5%	4.7%

北海道枠を除いて男性の割合が女性よりも多かったが[6]、石狩市民風車の出資者は女性の方が多く、56.3%になっている。年代別に見ると、初期3風車全体と比べると石狩では30代と40代の割合がやや多い。なお、性別と年代のクロス集計から、石狩では50代女性の割合が19.9%と最も多かった（表5）。

職業（表4）については、回答の選択肢が若干異なるため注意が必要だが、初期3風車の「無職・退職」と「専業主婦（夫）」を合わせると25.3%であるのに対し、石狩の「仕事はしていない（専業主婦・退職者など）」が32.4%であり、これらの出資者の割合がやや多くなっていることがわかる。また、世帯収入（表4）については、石狩で1,000万円以上の人の割合が24.7%となっていて、初期3風車の17.4%よりも割合が多くなっている。

出資者の居住地域（表6）に関しては、初期3風車全体を見ると、青森枠、秋田枠などの地元出資枠を設けていたこともあり、北海道・東北が半分以上を占めているが、石狩では関東・近畿の割合が多く、両者を合わせて55.3%となっている。なお、全国からの募集という点で共通する初期3風車の全国枠の出資者の割合を見ると、こちらも関東が58.5%、近畿が13.3%と多くの割合を占めていたことがわかる。

2-2　市民風車を知ったきっかけ

市民風車自体を知ったきっかけについて「新聞や雑誌」「知り合いの紹介」「テレビ」「各団体からの案内」「インターネット」「チラシ・ポスター」から複数回答で回答を求めた。表7は初期3風車と石狩風車の比較した結果である。初期3風車では、「新聞や雑誌」といったマスメディアや「知り合いの紹介」といったきっかけで市民風車を知った人が大半を占めていた。しかし、石狩では「各団体からの案内」が78.8%と圧倒的に多く、さらに、この内訳（表8）を見ると回答者の55.5%がカタログハウス（=『通販生活』）経由で市民風車を知ったということがわかる。カタログハウスのWebサイトからの情報では、『通販生活』の読者数は2006年3月21日時点で約140万人であり、読者の多くはカタログハウスが掲げる「商品寒法」の環境配慮の理念に強い共感をもっているという。このような背景を考慮すると、市民風車事業・運動側からすれば、潜在的に市民風車に共感する可能性をもっていた『通販生活』読者の参加を促すことができたという点で、カタログハウスとの広報協力は成功したといえるだろう。

なお表8の結果を踏まえて、以下では、カタログハウス（『通販生活』）経由の出資者、生活クラブ生協北海道（以下、生活クラブ）・北海道グリーンファンド（以下、HGF）経由の出資者、自然エネルギー市民ファンド（以下、JGF）経由の出資者の3類型を設定し、石狩市民風車の

表7　市民風車を知ったきっかけ

	新聞や雑誌	知り合いの紹介	テレビ	各団体からの案内	インターネット	チラシ・ポスター
青森	39.6%	33.5%	4.7%	6.9%	4.7%	9.4%
北海道	22.5%	18.9%	2.7%	38.7%	0.0%	2.7%
秋田	32.4%	24.5%	15.7%	19.6%	6.9%	2.9%
全国	37.3%	14.3%	8.7%	2.4%	18.3%	2.4%
初期3風車	36.3%	25.0%	6.5%	13.6%	9.3%	4.2%
石狩	7.0%	2.6%	1.0%	78.8%	3.3%	1.7%

表8　石狩出資者における各団体からの案内の内訳

生活クラブ生協北海道	2.6%
カタログハウス	55.0%
北海道グリーンファンド	8.6%
自然エネルギー市民ファンド	12.6%
合計	78.8%

Hosei University Repository

出資者の特徴を分析することにしたい。

2-3 市民風車への関心

続いて市民風車に関心を持った動機について見てみよう。市民風車への出資についての関心、動機を4段階で尋ね、その平均値の求めた（4が肯定的な意見、1が否定的な意見)。表9は、初期3風車と石狩風車の出資動機、および石狩風車への出資者の中で、カタログハウスによる出資者、生活クラブ・HGFによる出資者、JGFの出資者の出資動機の平均値を整理した結果である。

まず、石狩市民風車と初期3風車の出資動向の比較をしてみよう。「エネルギーの選択につながるから」「地球温暖化を少しでも食い止めたいと思ったから」「原子力エネルギーに依存しない社会を作りたいから」といった環境運動的な動機については、初期3風車と石狩の間で大きな違いはない。また、「市民（NPO）の活動を応援したいから」「市民の協力で大きな風車を立てるという趣旨に共感したから」という市民風車の運動的な側面への理解も従来の出資者と変わらないといえるだろう。

一方、石狩風車と初期3風車との間で、出資動機に差があると思われる項目は「「寄付ではなかったから」「配当に期待できそうだったから」「風車に記名できるから」という項目である。それぞれの項目に関して回答者の割合をみると、「寄付ではなかったから」(表10) という質問に対して、初期3風車では「そう思う」「どちらかといえばそう思う」を合わせて67.2%という回答であったが、石狩では9.5ポイント高く、76.7%になっている。また、「配当に期待できそうだったから」(表11) という質問に対して、初期3風車では「そう思う」「どちらかといえばそう思う」を合わせて42.7%という回答であったが、石狩では6.5ポイント高く、66.2%になっている。逆に、この質問項目の「そう思わない」は初期3風車で29.9%であったが、石狩では20.6ポイント低く、9.3%になっている。市民風車への出資

表9 市民風車への出資動機

	青森	北海道	秋田	全国	3風車全体	石狩	カタログハウス	生活クラブ+HGF	JGF
市民(NPO)の活動を応援したいから	3.18	3.47	3.33	3.16	3.24	3.15	2.99	3.52	3.37
寄付ではなかったから	2.99	2.76	2.68	2.69	2.80	2.99	2.97	3.03	3.00
配当に期待できそうだったから	2.38	2.17	2.28	2.17	2.25	2.74	2.83	2.79	2.50
風車に記名できるから	2.12	1.70	2.02	1.86	1.95	2.29	2.27	2.45	2.28
エネルギーの選択につながるから	3.57	3.86	3.68	3.74	3.69	3.72	3.70	3.71	3.89
地球温暖化を少しでも食い止めたいと思ったから	3.64	3.73	3.70	3.73	3.70	3.79	3.79	3.85	3.89
原子力エネルギーに依存しない社会を作りたいから	3.49	3.89	3.58	3.68	3.64	3.70	3.67	3.82	3.78
社会の役に立つ目的に投資したいか	3.40	3.50	3.51	3.59	3.50	3.63	3.62	3.78	3.73
自分の風車が欲しかったから	2.10	2.06	2.15	1.93	2.04	2.06	1.95	2.44	2.16
市民の協力で大きな風車を立てるという趣旨に共感したから	3.50	3.68	3.46	3.52	3.53	3.47	3.41	3.76	3.70
他の環境活動よりも協力しやすいと思ったから	3.25	2.94	3.17	3.02	3.11	3.23	3.26	3.27	3.27
N	233	111	102	252	698	302	167	34	38

表10 出資動機：寄付ではない

	青森	北海道	秋田	全国	3風車全体	石狩
そう思う	36.4%	32.1%	24.5%	27.0%	30.5%	33.9%
どちらかといえばそう思う	37.3%	33.0%	41.8%	35.7%	36.7%	42.8%
どちらかといえばそう思わない	15.2%	14.2%	11.2%	16.4%	14.9%	12.0%
そう思わない	11.1%	20.8%	22.4%	20.9%	17.9%	11.3%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
N	217	106	98	244	665	292

表11 出資動機：配当に期待

	青森	北海道	秋田	全国	3風車全体	石狩
そう思う	16.4%	14.3%	9.5%	9.8%	12.6%	17.2%
どちらかといえばそう思う	30.8%	26.7%	37.9%	27.9%	30.1%	49.0%
どちらかといえばそう思わない	27.1%	21.0%	24.2%	31.6%	27.4%	24.5%
そう思わない	25.7%	38.1%	28.4%	30.7%	29.9%	9.3%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
N	214	105	95	244	658	290

Hosei University Repository

表12　出資動機：風車に記名が可能

	青森	北海道	秋田	全国	3風車全体	石狩
そう思う	18.3%	7.8%	13.8%	10.3%	13.1%	16.7%
どちらかといえばそう思う	19.2%	10.7%	19.1%	16.9%	17.0%	28.0%
どちらかといえばそう思わない	19.2%	25.2%	22.3%	21.1%	21.3%	22.9%
そう思わない	43.4%	56.3%	44.7%	51.7%	48.6%	32.4%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
N	219	103	94	242	658	293

は他の環境運動と異なり、出資という参加に応じた配当が得られる。集合行為への参加には、集合行為の目的の達成だけではなく、参加の貢献度に応じて報酬的な価値（選択的誘因）を付与することが重要である。従来型の社会運動では特に経済的な誘因を提供することは困難であったが、市民風車の活動は「配当」という形で参加者に選択的誘因を付与することができる。石狩の市民風車への出資者は、これまでの出資者よりも経済的な関心による出資の動機付けが相対的に強かったことが伺える。

さらに、「風車に記名できるから」（表12）を見ると、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」と答えた初期3風車の出資者は30.1%であったのに対し、石狩では14.6ポイント高く、44.7%になっている。つまり、石狩出資者の出資動機として「風車の所有感覚」や「風車へのコミット」といった関心も、これまでの風車への出資者よりは相対的に強かったことが見いだせる。

最後に石狩市民風車への出資者の中で、カタログハウス経由の出資者、生活クラブ・HGF経由の出資者、JGF経由の出資者の動機付けの違いについて言及しよう。表8で示した出資動機の平均値の差を分散分析と多重比較（Turkey法）を実施した。まず「市民（NPO）の活動を応援したいから」（F値=5.471　p<.05）、「市民の協力で大きな風車を立てるという趣旨に共感したから」（F値=5.566 p<.05）という点で、生活クラブ・HGF経由の出資者とカタログハウス経由の出資者で有意な差が確認された。これは生活クラブ・HGF経由の出資者が、カタログハウス経由の出資者よりも、出資動機に関してより運動性を重視していたことを示している。さらに、「自分の風車が欲しかったから」（F値=3.173 p<p.05）という項目でも、生活クラブ・HGF経由の出資者とカタログハウス経由の出資者で有意な差が確認されている。地元北海道の風車という位置づけが、生活クラブ・HGF経由の出資者の中にあったことが伺える。

2-4　市民風車への出資に対する不安

市民風車の出資には「配当」という形で経済的なインセンティブがある場合もあるが、同時にリスクも伴う。表13は8項目の出資に関する不安について4段階（数値が高いと不安度が高い）で尋ね、その平均値を示したものである。

初期3風車と石狩風車の出資者において顕著な差があった項目は、「組織が安定していないように思えた」「災害などで風車が壊れるかもしれない」「天候不順で十分に発電ができないかもし

表13　市民風車への不安

	青森	北海道	秋田	全国	3風車全体	石狩	カタログ	生活クラブ.	JGF
組織が安定していないように思えたこと	2.87	2.78	2.99	3.12	2.97	2.20	2.29	1.63	2.05
預金と違って元本の返済が保証されていないこと	2.47	2.44	2.51	2.61	2.52	2.67	2.71	2.32	2.49
途中で解約ができないこと	2.15	1.89	2.03	1.88	2.00	2.21	2.24	1.97	2.08
災害などで風車が壊れるかもしれないこと	2.5	2.06	2.35	2.66	2.47	2.98	3.13	2.47	2.86
天候不順で十分に発電ができないかもしれないこと	2.06	1.95	2.14	2.33	2.15	2.89	2.98	2.70	2.68
電力会社が約束どおり発電した電気を購入してくれない	2.15	2.55	2.36	2.32	2.31	2.37	2.38	2.39	2.35
契約内容が複雑で、理解しにくかったこと	1.69	1.72	1.75	1.64	1.69	2.14	2.21	1.91	1.86
出資金が戻ってくるまでの年数が長いこと	1.92	1.72	1.89	1.7	1.80	2.13	2.13	1.78	2.03
説明の書類が多すぎて、読むのが大変だったこと	-	-	-	-	-	2.09	2.14	2.00	1.78
出資金一口の金額が高いこと	-	-	-	-	-	1.93	1.98	1.71	1.84
申し込みの手数料が高い	-	-	-	-	-	1.89	1.97	1.55	1.85
N	233	111	102	252	698	302	167	34	38

Hosei University Repository

れない」という点である。それぞれの項目のクロス表を見ると、「組織が安定していないように思えた」（表14）では、初期3風車の出資者は「そう思う」と答えた人が34.5%であったのに対し、石狩の出資者は4.9%になっている。逆に「そう思わない」という回答は初期3風車で11.3%であったが、石狩で22.4%である。石狩の市民風車の出資者は、市民風車の取り組みが広がっていく中で市民風車事業・運動を行う組織への信頼が生まれたと考えられるだろう。

その一方で、風力発電に関するリスクについては、「災害などで風車が壊れるかもしれない」（表15）という点に関しては、初期3風車では「そう思う」「どちらかといえばそう思う」を合わせて49.6%、石狩では75.1%となっている。また、「天候不順で十分に発電できないかもしれない」（表16）の質問に対し、初期3風車では「そう思う」「どちらかといえばそう思う」を合わせて35.5%、石狩では73.0%となっている。このように初期3風車の出資者に比べて、石狩の出資者は事業に対する自然環境リスクを大きく認識しているといえる。

さらに、石狩風車の出資者の中で出資の不安の違いについて述べよう。表13におけるそれぞれの出資の不安の平均値の差を分散分析と多重比較（Turkey法）を実施したところ、「組織が安定していないように思えないこと」（F値=8.787 p<.05）、「災害などで風車が壊れるかもしれないこと」（F値=8.942 p<.05）の2つの項目において、カタログハウス経由の出資者と生活クラブ・HGF経由の出資者の間に有意な差が確認された。

以上の結果から、石狩の市民風車の出資者は、従来の出資者よりも自然災害などの風車のリスクを理解し、また出資に関して窓口となる組織への信頼度も高いことが見いだせる。換言すれば、市民風車が社会的に広く認知された一つの証左であるともいえるだろう。

表14　出資への不安：組織の安定性

	青森	北海道	秋田	全国	3風車全体	石狩
そう思う	29.0%	29.2%	35.7%	41.3%	34.5%	4.9%
どちらかといえばそう思う	40.2%	34.9%	42.9%	37.7%	38.8%	32.9%
どちらかといえばそう思わない	19.6%	20.8%	6.1%	13.0%	15.4%	39.9%
そう思わない	11.2%	15.1%	15.3%	8.1%	11.3%	22.4%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
N	224	106	98	247	675	286

表15　出資への不安：災害で風車が壊れる

	青森	北海道	秋田	全国	3風車全体	石狩
そう思う	21.9%	9.4%	15.3%	25.0%	20.1%	30.4%
どちらかといえばそう思う	27.7%	24.5%	32.7%	32.3%	29.6%	44.7%
どちらかといえばそう思わない	29.0%	28.3%	23.5%	26.6%	27.2%	17.4%
そう思わない	21.4%	37.7%	28.6%	16.1%	23.1%	7.5%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
N	224	106	98	248	676	293

表16　天候不順で十分に発電ができないかもしれない

	青森	北海道	秋田	全国	3風車全体	石狩
そう思う	10.8%	7.7%	7.2%	13.9%	10.9%	21.6%
どちらかといえばそう思う	18.9%	21.2%	30.9%	28.6%	24.6%	51.4%
どちらかといえばそう思わない	35.6%	29.8%	30.9%	33.9%	33.4%	21.9%
そう思わない	34.7%	41.3%	30.9%	23.7%	31.1%	5.1%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
N	222	104	97	245	668	292

2-5　環境行動の実施

次に出資者の環境行動の実行度と風車出資後の環境行動の変化について見てみよう。まず出資者の環境行動については、表17のように13項目に関して4段階で尋ねている（数値が高いと実施）。なお、市民風車への出資者の動向を把握するための参照データとして、有限責任中間法人自然エネルギー市民基金[7]が本調査研究と同じ質問項目をもちいて2007年1月に行った「地球温暖化防止ファンドに関する東京都民の意識調査[8]」の調査データを利用する。この調査データは、サンプリング方法[9]の関係から、厳密には一般的な国民の環境行動の実行を示すデータであるとはいえないが、出資者が一般的な人々と比べてどの程度環境行動を実施しているのかをある程度明らかにするといえるだろう[10]（以下、この調査のデータを「都民」とする）。

表16から見いだせる点は、第一に、初期3風車、石狩風車に出資した出資者は、東京都民と比較すると環境行動の実施度が相対的に高いということがいえる。それは日常的な環境行動（省エネ電気製品の購入、こまめにスイッチを消す、有機栽培・減農薬栽培の野菜の購入、リサイク

Hosei University Repository

表17　環境行動の実施

	青森	北海道	秋田	全国	3風車全体	石狩	都民	カタログ	生活クラブ・HGF	JGF
家電製品を買うときには、多少値段が高くても、消費電力を節約できるものにする	3.01	3.23	3.02	3.15	3.10	3.27	2.86	3.31	3.47	3.25
野菜を買うときには、多少値段が高くても有機栽培や減農薬栽培のものを購入する	2.92	3.38	3.05	3.15	3.10	3.26	2.43	3.24	3.53	3.30
文具を買うときには、他方値段が高くても、リサイクルされた材料を使っているものを購入する	2.60	2.92	2.74	2.81	2.75	2.79	2.14	2.75	2.97	2.97
家の中の電器製品は、多少面倒でもスイッチをこまめに消して、電気を節約する	3.35	3.59	3.40	3.51	3.46	3.57	3.23	3.58	3.79	3.59
環境にやさしい活動をしている企業の製品を積極的に買うようにしている	2.75	3.08	2.73	2.99	2.89	3.11	2.50	3.08	3.35	3.24
環境保護団体や自然保護団体に、寄付などをして応援する	2.17	2.70	2.33	2.53	2.41	2.53	1.84	2.42	2.85	2.76
環境にやさしい活動をしている企業には、その会社の株などを買って応援する	1.51	1.37	1.50	1.62	1.53	1.71	1.54	1.61	1.52	1.97
環境問題に関する勉強会や講演には、積極的に参加して、知識を深める	2.22	2.60	2.44	2.48	2.41	2.19	1.58	1.95	2.82	2.30
環境保護団体や自然保護団体の活動に、ボランティアとして労力を提供する	1.82	2.00	1.95	2.05	1.95	1.73	1.43	1.53	2.26	1.92
エネルギーの問題について身近な人と話し合う	2.54	2.93	2.62	2.78	2.70	2.70	2.18	2.61	3.03	2.81
関心のある政策に対して行政から意見の募集があれば、できるだけ意見を出すようにしている	2.12	2.26	2.14	2.13	2.15	2.05	1.74	1.87	2.58	2.16
環境問題に取り組むために、必要となる組織を立ち上げる	1.53	1.60	1.63	1.51	1.55	1.33	1.29	1.16	1.71	1.44
選挙の際には、候補者の環境保護に関する政見を考慮して投票している	2.77	3.39	3.04	3.10	3.03	3.04	2.06	3.02	3.21	3.22
N	233	111	102	252	698	302	1030	167	34	38

表18　出資者の投資経験

	投資信託の購入	株式の売買	国債・地方債の購入	社債の購入	外貨預金の購入	貯蓄型の生命保険への加入	地金の売買	不動産の売買
青森	21.0%	30.0%	19.3%	12.0%	16.7%	−	−	−
北海道	18.0%	25.2%	18.0%	8.1%	17.1%	−	−	−
秋田	28.4%	30.4%	28.4%	7.8%	16.7%	−	−	−
全国	41.7%	43.3%	13.5%	12.3%	38.9%	−	−	−
全国(非出資)	41.1%	50.4%	26.4%	14.0%	35.7%	−	−	−
青森(非出資)	40.5%	35.7%	28.6%	16.7%	23.8%	−	−	−
石狩	45.0%	46.4%	29.1%	12.9%	37.4%	59.9%	14.9%	11.9%

ルされた文具の購入）だけではなく、自らが持つ資源（時間、労力、資金など）を用いて自主的に取り組む環境行動も全般的に市民風車への出資者の方が実行度が高い。このように市民風車の出資者は、相対的に環境行動を実施している層であることが分かる。

第二に、初期３風車と石狩市民風車との違いを見ると、石狩風車の出資者の方が相対的に市民運動的な活動が弱いことが伺える。例えば、「環境問題に関する勉強会や講演には、積極的に参加して、知識を深める」「環境保護団体や自然保護団体の活動に、ボランティアとして労力を提供する」「環境問題に取り組むために、必要となる組織を立ち上げる」といった項目は、初期３風車の出資者の方が平均値が高い。日常的な環境行動に差がないことを考えると、この結果は対照的であるといえるだろう。

その他、特筆すべき点として、「環境にやさしい活動をしている企業には、その会社の株などを買って応援する」の項目において、石狩の市民風車の出資者の平均値が高い。表18は出資者の投資経験を表したものである。先行調査では、全国枠の出資者・非出資者の投資経験数が高いということが明らかになっているが、表18からは石狩の出資者の投資経験の割合がそれらの値と非常に近いことが見てとれる。石狩でも市民風車への出資を、他の投資と同じ次元で考慮している可能性がある。

なお、環境行動の実施に関する石狩市民風車の出資者内部の違いについては、表19における環境行動の実施度の平均値の差を分散分析と多重比較（Turkey法）を行った。この多重比較の

Hosei University Repository

表19　石狩市民風車出資者における環境行動の動向

	家電製品を買うときには、多少値段が高くても、消費電力を節約できるものにする	N	野菜を買うときには、多少値段が高くても有機栽培や減農薬栽培のものを購入する	N	文具を買うときには、他方値段が高くても、リサイクルされた材料を使っているものを購入する	N	家の中の電器製品は、多少面倒でもスイッチをこまめに消して、電気を節約する	N	環境にやさしい活動をしている企業の製品を積極的に買うようにしている	N	環境保護団体や自然保護団体に、寄付などをして応援する	N	環境にやさしい活動をしている企業には、その会社の株などを買って応援する	N
①カタログ	3.31	166	3.25	166	3.30	237	3.58	167	3.08	166	2.43	164	1.60	165
②生活クラブ＋HGF	3.47	34	3.53	34	2.76	165	3.79	34	3.35	34	2.85	34	1.52	33
③JGF	3.25	36	3.30	37	2.97	34	3.59	37	3.24	37	2.76	37	1.97	37
F値	0.896		1.841		1.721		1.573		2.075		4.133*		3.195	
多重比較（Turkey法）											②>①			

	環境問題に関する勉強会や講演には、積極的に参加して、知識を深める	N	環境保護団体や自然保護団体の活動に、ボランティアとして労力を提供する	N	エネルギーの問題について身近な人と話し合う	N	関心のある政策に対して行政から意見の募集があれば、できるだけ意見を出すようにしている	N	環境問題に取り組むために、必要となる組織を立ち上げる	N	選挙の際には、候補者の環境保護に関する政見を考慮して投票している	N
①カタログ	1.95	165	1.52	164	2.62	165	1.87	164	1.16	164	3.02	165
②生活クラブ＋HGF	2.82	34	2.26	34	3.03	34	2.58	33	1.71	34	3.21	34
③JGF	2.30	37	1.92	37	2.81	37	2.16	37	1.44	36	3.22	37
F値	17.967*		14.674*		3.358*		9.153*		13.039*		1.004	
多重比較（Turkey法）	②>③>①		②, ③>①		②>①		②>①		②, ③>①			

＊ p<.05

結果、カタログハウス経由の出資者は、「環境問題に関する勉強会や講演には、積極的に参加して、知識を深める」「環境保護団体や自然保護団体の活動に、ボランティアとして労力を提供する」「エネルギーの問題について身近な人と話し合う」「関心のある政策に対して行政から意見の募集があれば、できるだけ意見を出すようにしている」「環境問題に取り組むために、必要となる組織を立ち上げる」といった、やや活動内容がハードなものについては、カタログハウス経由の出資者は他よりも相対的に低くなっている。生活クラブやHGFなどはその出自が運動的な要素を持っていることもあるが、カタログハウス経由の出資者は、一般の市民よりは相対的に環境活動は実行しているものの、市民運動的な活動は弱い。初期3風車に比べて石狩市民風車の運動性が弱いという表17の結果は、石狩市民風車に上述のようなカタログハウス経由の出資者が多いためであろう。

最後に市民風車への出資後の環境行動の変化について考察しよう。この調査項目は初期3風車調査にはなく、石狩市民風車の出資者のみの分析結果である（表20−23）。全体的な傾向としては、出資者の8割近くがエネルギー政策、自然エネルギーに関心があり、家庭内での省エネルギーに取り組んでいることが分かる。カタログハウス経由の出資者、生活クラブ・HGF経由の出資者、JGF経由の出資者別に見ると、すでに一度は出資経験があると思われる生活クラブ・HGF経由やJGF経由の出資者はエネルギー政策への興味や自然エネルギーへの関心が出資前から高い。カタログハウス経由の出資者は家庭での省エネルギーの取り組み率が高いが、市民風車への出資後に、エネルギー政策や自然エネルギーへの関心が芽生えていることが伺える。敷衍すれば、多くの人々にとって必ずしも身近な話題でなかったエネルギー問題への関心を市民風車は喚起する機能を持っているといえるだろう。

その一方で、風車の立地点である石狩市に対する関心は、半数近くの人が以前から気にかけたり、風車への出資を契機に気にかけるようになっているが、気にかけていないという回答者が半数近くいることも留意しておく必要があるだろう。

Hosei University Repository

表20　石狩市のニュースに気をつけるようになった

	石狩	カタログ	JGF	生活クラブ・HGF
以前から気にかけている	9.9%	5.7%	39.4%	2.9%
参加してから気にかけるようになった	42.8%	45.3%	39.4%	55.9%
参加してしても気にかけていない	47.3%	49.1%	21.2%	41.2%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
N	283	159	33	34

表21　エネルギー政策に興味を感じるようになった

	石狩	カタログ	JGF	生活クラブ・HGF
以前から気にかけている	78.8%	71.8%	94.7%	90.9%
参加してから気にかけるようになった	18.4%	25.2%	5.3%	6.1%
参加してしても気にかけていない	2.7%	3.1%	0.0%	3.0%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
N	293	163	38	33

表22　自然エネルギーなどのニュースに気をつけるようになった

	石狩	カタログ	JGF	生活クラブ・HGF
以前から気にかけている	77.4%	72.7%	91.9%	85.3%
参加してから気にかけるようになった	20.9%	24.2%	8.1%	14.7%
参加してしても気にかけていない	1.7%	3.0%	0.0%	0.0%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
N	296	165	37	34

表23　家庭での省エネルギーに取り組むようになった

	石狩	カタログ	JGF	生活クラブ・HGF
以前から気にかけている	80.5%	84.0%	76.3%	79.4%
参加してから気にかけるようになった	13.3%	9.3%	18.4%	17.6%
参加してしても気にかけていない	6.1%	6.8%	5.3%	2.9%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
N	293	162	38	34

2-6　環境意識について

最後に出資者の環境意識について見てみよう。環境意識については表24のように9項目に関して4段階で尋ねている（数値が高いと意識が高い)。環境行動の分析と同様に、初期3風車の出資者と石狩風車の出資者の環境意識の度合いの比較と、東京都民の環境意識と比較を行うことにする。

第一に言及できる点は、環境意識については、初期3風車と石狩市民風車の出資者間であまり差がないことである。上述したように環境行動については、やや差がある結果となったが、意識面ではそれほど差がないことが指摘できる。第二に、東京都民と比較すると、石狩市民風車の出資者の環境意識は相対的に高い。具体的には、石狩市民風車の出資者は「現在の生活を維持するためには環境が破壊されるのもやむを得ない」という点は否定的であり、「これからは経済成長ではなく環境を重視するべきだ」「自然を犠牲にした現在の生活には疑問を感じる」「物質的な豊かさよりも、心の豊かさやゆとりのある生活を重視すべきだ」という項目については肯定的な意見を持っている。また、「現在の生活のツケを、将来世代に持ち越すべきではない」という環境に関する世代間倫理に関する意識の高さや、「自分が環境に配慮しても何も変わらない」という点に否定的であるように、環境への取り組みに対する当事者意識は強いことが見いだせる。

一方、環境意識に関して、石狩市民風車の出資者の間の差は見いだせなかった。ただし、政治的有効性感覚については、カタログハウス経由の出資者、生活クラブ・HGF経由の出資者、JGF経由の出資者の間で差が見られた。表25は政治的有効性感覚を4つの項目から測定（4段

表24　環境意識について

	青森	北海道	秋田	全国	3風車全体	石狩	都民	カタログ	生活クラブ・HGF	JGF
自然について特に考えたことはない	1.49	1.39	1.58	1.28	1.41	1.35	1.84	1.33	1.65	1.22
都会の生活が自分にはあっている	1.86	2.13	2.01	2.05	1.99	2.13	2.77	2.14	1.94	2.24
現在の生活を維持するためには環境が破壊されるのもやむを得ない	1.36	1.31	1.53	1.28	1.35	1.31	1.79	1.36	1.32	1.24
「自然に帰ろう」的な論調にはうんざりする	1.71	1.61	1.71	1.67	1.68	1.64	2.06	1.64	1.44	1.62
自分が環境に配慮しても何も変わらない	1.50	1.39	1.44	1.33	1.41	1.39	1.86	1.41	1.26	1.35
環境問題の解決は専門家の仕事だ	1.33	1.20	1.36	1.18	1.26	1.26	1.75	1.26	1.35	1.30
環境問題の解決を他人任せにしている人が、世の中には多い	3.31	3.23	3.12	3.36	3.29	3.20	3.21	3.13	3.18	3.30
批判ばかりしていても世の中変わらない	3.37	3.23	3.14	3.12	3.22	3.11	3.25	3.17	2.79	2.95
現在の生活のツケを、将来世代に持ち越すべきではない	3.73	3.78	3.76	3.76	3.76	3.69	3.37	3.65	3.70	3.81
これからは経済成長ではなく環境を重視するべきだ	–	–	–	–	–	3.52	2.94	3.49	3.61	3.70
自然を犠牲にした現在の生活には疑問を感じる	3.35	3.55	3.44	3.53	3.46	3.33	2.90	3.28	3.35	3.58
物質的な豊かさよりも、心の豊かさやゆとりのある生活を重視すべきだ	–	–	–	–	–	3.58	2.98	3.54	3.65	3.68
N	233	111	102	252	698	302	1030	167	34	38

Hosei University Repository

表25　石狩市民風車出資者の政治的有効性感覚の動向

	政治や政府は複雑なので、自分は何をやっているのかよく理解できない	N	自分のような普通の市民には、政府のすることに対して、それを左右する力はない	N	選挙では大勢の人びとが投票するのだから、自分一人くらい投票しなくてもかまわない	N	国会議員は、おおざっぱに言って、当選したらすぐ国民のことを考えなくなる	N
①カタログ	2.21	166	2.01	165	1.17	165	3.06	165
②生活クラブ+HGF	1.71	34	1.53	34	1.21	34	2.68	34
③JGF	1.89	37	1.65	37	1.19	37	3.19	37
F値	5.302*		6.460*		0.122		3.690*	
多重比較（Turkey法）	①>②		①>②, ③				①, ③>②	

＊ p<.05

階）し、分散分析と多重比較（Turkey法）によって平均値とその差を検定した結果である。「政治や政府は複雑なので、自分は何をやっているのかよく理解できない」「自分のような普通の市民には、政府のすることに対してそれを左右する力はない」という項目に関して、カタログハウス経由の出資者の平均値が高い結果となっている。つまり、カタログハウス経由の出資者は他の出資者に比べて政治的有効性感覚が低いことが見いだせる。表24で示したようにカタログハウス経由の出資者は、一般的な環境意識に関しては東京都民の平均よりも高い。だが、2-5で述べたように他の石狩市民風車の出資者に比べて、運動的な要素を持つ環境行動は低かったが、その背景にはこのような政治的有効性感覚の低さが関連しているとも考えられるだろう。

2-7　小括

ここまで初期3風車との比較をしながら石狩の市民風車への出資者の動態を分析してきた。それぞれの分析の知見を踏まえて、石狩市民風車の特徴について整理していこう。

第一に、市民風車事業・運動の社会的認知が相対的に上昇したという点が指摘できるだろう。市民風車事業・運動を運営する組織への信頼度や自然災害のリスクへの了解度は、初期3風車よりは高いことがその証左である。さらに、市民風車の事業内容に関する理解度（表26）について見ると、電気の買い取り価格に関する項目を除けば、6－7割近い正答となっていることからも、市民風車の認知度の拡がりが伺えるだろう。

表26　事業内容の理解度（正解率）

	正解率
売電の相手は、すでに確定している	71.2%
他の地域の別事業が失敗すると、石狩市民風車事業にも影響がある	87.4%
事業の状況次第では出資期間が延長される可能性がある	69.2%
予定よりも事業が好調な年には、利益分配金も多くなる	63.9%
電気の買い取り価格は、今後見直される可能性がある	31.8%
平均正解率	64.7%

第二に、市民風車への出資に関する動機に関しては、従来の風車同様に環境運動的な側面や風車へのコミットメントを求める動機付けが確認できたが、相対的に初期3風車の出資者よりは市民風車へのコミットメントを求める動機や経済的な点を重視する傾向が見いだせる。市民風車への出資は、従来の環境運動団体への寄付行為とは異なり完全な利他的な行為ではない。この点が、相対的に環境意識が高いのだがこれまで具体的な活動をしなかった（できなかった）人々に対して、市民風車運動という具体的な環境行動を導き、その結果が今日の市民風車への出資の拡がりに繋がっていると考えられる。だが、ある意味、市民風車の出資の「利己的」な動機付けが強まることによって、市民風車の運動的な要素が減り、市民風車の活動自体のそもそもの意義が薄れてしまう可能性はある。だがこのような断定は早計かもしれない。2-5で分析したように、出資後の行動の変化が見られたことは確かであるし、市民風車の出資によって、出資者がさまざまな環境行動や環境運動に従事するようになるためには、ある程度の時間が必要であろう。この点は長期的な視点で調査を行う必要があるといえる。

第三に、石狩風車に出資した人々の差異につ

Hosei University Repository

表27　出資者のソーシャル・キャピタル

	石狩(N=302)		カタログ(N=168)		生活クラブ＋HGF(N=34)		JGF(N=38)	
	加入	活動	加入	活動	加入	活動	加入	活動
自治会・町内会	56.0%	13.2%	52.4%	14.3%	61.8%	14.7%	60.5%	5.3%
労働組合	10.9%	2.6%	8.3%	1.2%	11.8%	5.9%	26.3%	2.6%
業界団体・同業者団体	7.3%	3.6%	7.1%	3.6%	8.8%	2.9%	10.5%	0.0%
政治関係の団体や会(政党・後援会など)	8.9%	4.3%	4.2%	2.4%	32.4%	8.8%	7.9%	5.3%
ボランティアのグループ	10.6%	10.9%	9.5%	9.5%	11.8%	23.5%	15.8%	5.3%
生協などの消費者運動、団体	28.8%	7.0%	29.8%	5.4%	44.1%	17.6%	21.1%	2.6%
自然保護・環境保護団体・サークル	17.2%	6.0%	13.1%	4.2%	29.4%	8.8%	31.6%	5.3%
その他の市民運動・団体	11.3%	7.6%	10.1%	6.5%	11.8%	11.8%	18.4%	10.5%
宗教や信仰に関する団体・サークル	2.0%	1.3%	3.0%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
PTA・父母会	9.6%	6.3%	8.9%	7.1%	20.6%	5.9%	2.6%	2.6%
スポーツ関係のグループやクラブ	7.9%	12.6%	8.3%	13.7%	11.8%	11.8%	2.6%	5.3%
趣味・教養・学習のための団体・サークル	10.9%	25.5%	8.9%	23.8%	11.8%	26.5%	18.4%	26.3%

いては、カタログハウス経由の出資者は、生活クラブ・HGF経由の出資者やJGF経由の出資者と比較して、環境意識は同様に高いものの、実際の運動や活動の面では、より運動的な要素についてはやや低い傾向が確認された。その背景には政治的有効性感覚の相対的な低さが関係していることが示唆された。表27は石狩の市民風車の出資者において、さまざまな組織に加入または積極的に活動している人の割合を示したものである。R. Putnam（1993＝2001）によるsocial capital論によれば、さまざまな市民活動への参加者ほど、多くの組織にさまざまな組織に加入しているというが、表27を見ると生活クラブ・HGF経由の出資者がさまざまな種類の団体に所属し、積極的に活動していることが見いだせるだろう。

市民風車の「出資」というしかけは、相対的に環境意識が高いが具体的な活動まで展開し得なかった人々に、具体的な環境行動、環境問題の解決に対する貢献の方法を与えた。そして出資をした後の環境行動にも徐々にではあるが、変化が見られおり、その展開は期待されるべきものである。だが、一方で市民風車への出資動機の利己性や、出資後の風車立地点への関心の薄さという事態を見ると、市民風車への出資という行為が、他の環境運動団体への寄付行為と同様に一時的な活動にとどまってしまう可能性も考えられるだろう。そこで以下では、市民風車の立地点における動向を踏まえて、市民風車と出資者の関係性を考察することによって、今後の市民風車の方向性について考えてみたい。

3　市民風車の立地点における動向

3-1　市民風車事業・運動の狙いと出資者の立地点への関与

1節で述べたように、市民風車事業・運動は、今日、全国的な拡がりを見せているが、日本初の市民風車（北海道浜頓別町）は、北海道における反・脱原発運動を主導してきた生活クラブ生協協同組合・北海道から派生してできたNPO法人「北海道グリーンファンド」が事業主体となって作られた。したがってこの市民風車は市民運動、NPOによる現在のエネルギー政策に対する「対案提示」としての意味を持つといえるだろう。そして、この北海道浜頓別町の市民風車を皮切りに、市民風車事業・運動の展開がなされたわけであるが、この市民風車事業・運動の目標（ミッション）は、風力発電などの自然エネルギーを推進することだけではなく、風車による「地域社会の循環型経済の構築」という点である。

丸山（2004；2005）は、市民風車と民間企業や地方自治体が第三セクターとして風車事業を行うこととの違いを「社会的ネットワーク」という観点から考察している。風車による発電事業自体は、風力エネルギーの普及や環境と経済の両立という課題に貢献し、実際の環境負荷も相対的に少なくなっているという意味において、環境問題を解決するためには重要な存在である。だが、これらの風車事業が地元地域や社会全体への波及効果が限定的であるという意味で「従来型の開発」にすぎず、地元地域の住民と風車事業との関係も希薄のままである。丸山（2004；

Hosei University Repository

2005）は、青森県鰺ヶ沢町の市民風車を事例として、市民風車が参加や共感という価値の導入と資金調達を両立させる仕組みを採用し、地元地域や市民との社会的ネットワークの構築を試み、それが他の風車事業と異なる点であると主張する。このことを敷衍すれば、市民風車の立地点と市民風車への出資者の関係性を構築することが、市民風車が「市民風車らしく」あるためにも重要であることが示唆される。

では、石狩の市民風車の出資者の立地点への関与はどのようになっているだろうか。図2は出資者が石狩の市民風車への訪問回数を示したものである。調査時点の2006年7月時点において、すでに市民風車を訪問した出資者は2割程度であることが分かる。もっとも6割の出資者は自らが出資した風車への訪問を検討しているが、2割弱の出資者は風車立地点への訪問を希望していないことも見いだせる。また、石狩の市民風車の出資者の89.6%は、初期3風車のどこにも訪問をしていない[11]。さらに、石狩市民風車以外の風車（初期3風車、2006年に完成する市民風車（大間・秋田・波崎・海上））への訪問希望についても、38.7%が見に行くつもりはないという回答をしている[12]。

以上のように、出資者による市民風車立地点への訪問の実態や希望状況を見ると、両者の関係性の構築に関しては、市民風車事業・運動が当初企図していたよりは十分ではないといえるかもしれない。そこで、次に市民風車立地点における市民活動の実態について確認し、市民風車立地点と出資者との関係性の構築の可能性を考えてみたい。

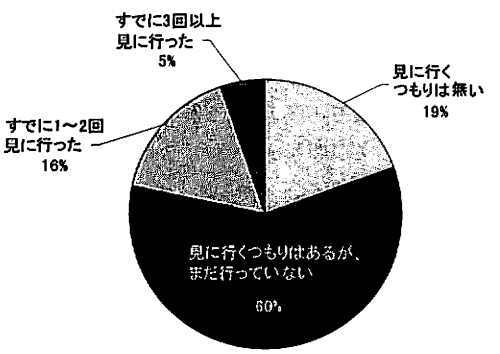

図2　石狩の市民風車への訪問回数（N=299）

3-2　初期3風車の立地点における市民活動

北海道浜頓別町、青森県鰺ヶ沢町、秋田県天王町（現、潟上市）の市民風車は、それぞれ発足の経緯が異なることもあり、市民風車立地点における活動形態も異なっている。以下、初期3風車の立地点における活動の実態を述べよう[13]。

(1)　北海道浜頓別町：はまとんべつ「自然エネルギー」を考える会

日本初の市民風車が立地する北海道浜頓別町では、はまとんべつ「自然エネルギー」を考える会（以下「自然エネルギーを考える会」）が活動している。「自然エネルギーを考える会」は、北海道グリーンファンドが浜頓別町に市民風車を建設した際に会として出資をするとともに、浜頓別町に風力発電を広げていこうと考えて発足された。「自然エネルギーを考える会」の会員は約70名、年代は20代から6〜70代までであり、浜頓別町役場の労働組合のメンバーや農家、商店街の住人など多岐にわたっている。70名という人数は浜頓別町の人口（約4,300人）の比率を考えるとかなりの数であるといえる。

さて「自然エネルギーを考える会」は、市民風車を見学、視察する大学生、小学生などの対応も行っているほか、代表のS氏は浜頓別町周辺の小学校で自然エネルギーや地球温暖化などの話をし、普及・啓発活動を行っている。また、会としての目標は浜頓別町にもう一つ市民風車を立ち上げることであるが、残念ながら現在でも実現していない。その理由は浜頓別町が位置する北海道稚内管内における風力発電の系統連携枠が別の民間企業の風力発電事業のために一杯になり、新たに市民風車を建設することが物理的に不可能な状況になってしまったからである。だが、「自然エネルギーを考える会」は、浜頓別町に風車を作り、バイオマス利用なども行い、浜頓別町で使用する電気を自然エネルギーでまかなおうとする「100%自然エネルギーコミュニティ」を目指すべく、2006年春の浜頓別町長選挙では代表S氏が立候補し、選挙公約に「自然エネルギーのまち・浜頓別」、環境産業の育成という点を盛り込んだ。選挙の結果は約270票差での落選[14]であった。投票者数3,300人と比較す

Hosei University Repository

ると大差であるともいえるが、浜頓別町内でも一定程度の支持は得ており、会としては次回の町長選挙も考えているという（2006/8/26：「自然エネルギーを考える会」代表S氏からの聴き取り）。

このような「自然エネルギーを考える会」の「政治的」な活動の背景には何があるのだろうか。「自然エネルギーを考える会」の代表S氏を始め、メンバーの多くは、北海道幌延町における核廃棄物処理施設問題（幌延問題）[15]に対して建設反対の運動を長年実施してきた[16]。その対立の歴史は、町長選挙だけではなく「自然エネルギーを考える会」の活動にも微妙に陰を落としている。自然エネルギーの普及には賛成であるものの、幌延問題への反対運動のメンバーに対する距離感が浜頓別町の町民にいまだに存在する。また、仮に「反核」「反幌延」という点には同調しても選挙になると自民党対革新系という構図に収まり、自民党系の町長や議員が町内の意志決定を担う結果になってしまう状況がある。「自然エネルギーを考える会」が町長選挙など「政治的」に活動をしなければならないという背景には、このような政治文化と対立の歴史があり、自然エネルギーの普及という点についても、町内の政治的な問題をクリアーすることが重要になってくるのである。

最後に浜頓別町の市民風車と出資者との関係について考察しよう。出資者が浜頓別町に訪れる機会としては、市民風車が建設された2001年とその翌年に「1歳の誕生日」としてツアーが組まれたことがある。40名ほどの参加者があったツアーによって、出資者と地元住民の交流がなされ、参加者は「また今度、このような機会があればいい」ということを口にしていた[17]。だが、その後、市民風車の3歳の誕生日会を企画しようとしたが、あまり人が集まらなかったという（2006/5/19における北海道グリーンファンドのスタッフK氏からの聴き取り）。この問題の原因の一つは浜頓別町が北海道の北部に位置し、北海道の出資者が多い札幌市周辺からでも車で最低でも6－7時間かかることにある。浜頓別町の市民風車には年間のべ200人ぐらい人が来る（2006/8/26：「自然エネルギーを考える会」代表S氏）というが、出資者からすれば都市部から遠方にある立地点へはなかなか足を運びにくい現状がある。多くの出資者が都市部に居住することを考えると、出資者が訪問しやすい箇所に市民風車を立地するという点も、市民風車の普及を考える際には考慮しなければならないポイントであるといえるだろう。

(2) 秋田県秋田市：市民風車の会あきた

秋田県には秋田県天王町（現、潟上市）の市民風車だけではなく、2006年には秋田市内に2つの市民風車が誕生しているが、その取り組みを支援する活動をしているのが「市民風車の会あきた」である。秋田県天王町（現、潟上市）の市民風車の事業主体は北海道グリーンファンドであるが、この市民風車に関する事務所の開設や電話の応対をする必要性があり、市民風車の会あきたの代表H氏と、生活クラブ生協釧路を立ち上げたメンバーの2名（秋田市出身。当時は秋田市在住）の3人が、「市民風車の会あきた」を立ち上げることになった[18]。

秋田の市民風車のオープニングにあたり、市民風車への愛称募集、オープニングセレモニーの開催を実施、その後は、親子を対象とした地球温暖化のセミナー、燃料電池に関する新エネルギーのセミナー、市民風車を紹介するセミナーなどの普及啓発活動を担ってきた。また2006年に秋田市内に完成した市民風車の立地点周辺の公園整備を実施し、全国の出資者だけではなく地元住民に市民風車を身近に感じてもらうために公園整備の募金活動を実施した。当初は思うように集まらなかった募金も最終的には200名の寄付が集まり、風車の発電量が分かるモニュメントが設置された風車立地点は「風車のひろば」として、コンサートなどが開かれるようになった。

また、市民風車の会あきたの代表H氏自身は、北海道グリーンファンドから秋田の市民風車の管理を委託されており、風車に関するデータ収集や保守管理の作業を行っている一方で、秋田県や秋田市における環境関連の会議・フォーラム（環境フォーラム、地域協議会など）やイベント（100万人のキャンドルナイトなど）に関わ

Hosei University Repository

るようになっている。この個人的な活動によって、行政やさまざまな団体のメンバーとのネットワークが構築され、行政などへの信用度も上がったという（市民風車の会あきたの代表H氏へのインタビュー：2006/9/22）。とはいえ、秋田における環境関係の活動といえば、環境美化や自然保護のボランティア活動が中心であり[19]、自立してスタッフを雇用できるNPOは、秋田では市民風車の会あきた以外にはなく、市民団体間の関係性は構築されていない状況である[20]。市民風車の会あきたの活動が、秋田市や秋田県の地元住民やさまざまな団体と活動するようになるためには、今後の地道な活動を継続することが重要なのだろう。

さらに市民風車の会あきたの活動上の悩みは、自主財源の問題がある。後述する青森県鰺ヶ沢町の市民風車の事業主体であるNPO法人グリーンエネルギー青森のように、ある程度の資金的な余力があれば、風車立地点独自の活動が展開できるが、現状では厳しい状況にある。市民風車の会あきたが別の自主財源を持つことを模索する必要もあるだろうが、事業主体である北海道グリーンファンドから市民風車の会あきたに対して、立地点における活動に対する支援を行う方向性も考える必要があるのではないだろうか。

(3) 青森県鰺ヶ沢町：グリーンエネルギー青森

初期3風車の中で、北海道と秋田の市民風車の事業主体が北海道グリーンファンドであったのに対し、青森県鰺ヶ沢町の市民風車は「グリーンエネルギー青森」というNPO法人が主体となって市民風車を立ち上げた。エネルギーの側面から循環型社会の可能性を模索し「自分たちのエネルギーは自分たちで選び創り出す」ことを実現するとともに、「風」や世界遺産「白神山地」などの地域資源を活用し、地域社会の活性化を目指すための活動を目的（三上，2004）として発足したグリーンエネルギー青森は、地域活性化の中核として市民風車を位置づけているといえる。

さて、グリーンエネルギー青森は、出資者で希望する者に対して風車への記名や、出資証明書の発行、風車の愛称募集、風車完成記念のイベントの開催など、他の市民風車が実施する取り組みのほか、出資者と市民風車立地点を結びつける取り組みを積極的に行っている。例えば、市民風車の完成イベントの際に白神山地のブナ林の散策やリンゴ農家への体験など、出資者が風車立地点の鰺ヶ沢町を知る機会を提供している。また、地元の特産品の一つである「毛豆」を鰺ヶ沢の市民風車のロゴ（「風丸」）をつけて販売し、地場産品の販売による新たな地域経済の活性化や、都市と農村をつなぐ「共感マーケット」創出事業として、毛豆「風丸」を使った料理の提供を東京や青森県内の別の地域のレストランで実施するといった活動も行っている。

さらに特筆すべき活動は、「鰺ヶ沢マッチングファンド」という地域貢献活動である。鰺ヶ沢マッチングファンドとは、出資者に対する利益配分金（配当）の中から寄付を募り、その同額をグリーンエネルギー青森が拠出し、さらに出資者とグリーンエネルギー青森の拠出金額の合計と同額を鰺ヶ沢町役場が拠出したまちづくり基金である。市民風車が立地する鰺ヶ沢町の生活を豊かにするアイデアコンテストを実施し、地域の活動を支援するものである。2005年から開始された鰺ヶ沢マッチングファンドには、毎年ほぼ出資者の1割から寄付があり、3－4団体に対して助成が行われている。助成の対象事例としては、青秋林道建設に反対した運動の地元住民運動からスタートし、赤石川流域の杉造成地を広葉樹の森に戻すための活動などを継続的に実施している「赤石川を守る会」に対して、森づくりのための道具や記念誌の作成のための助成を行った。また、地域資源を活用したグリーンツーリズムを企画しようとした「白神グリーンレディース」、地域の活性化、地産地消をするためにかかしの里をつくる活動を行っている「せせらぎ中村委員会」、鰺ヶ沢町で20年近く実施されているトライアスロン大会の実施と地域活性化に関する事業を実施しようとしている「鰺ヶ沢トライアスロン大会実行委員会」などの団体への助成がある。この助成対象を見ればわかるように、これまで実績がある団体からこれから活動を始めようとする団体まで、鰺ヶ沢町の

Hosei University Repository

地域活動を支援するための助成がなされ、それぞれ成果をあげている。

グリーンエネルギー青森は、総務省から平成17年度過疎地域自立活性化優良事例表彰（全国9団体）で、全国過疎地域自立促進連盟会長賞に選定されたが、その一つの理由が「鰺ヶ沢マッチングファンド」であった。このように他の地域の市民風車事業・運動と比較して、青森県鰺ヶ沢町では市民風車を核とした派生的な活動が拡がりつつあるといえるだろう。もっとも、この鰺ヶ沢マッチングファンド自体にもいくつか課題が見られる。第一に鰺ヶ沢マッチングファンドの鰺ヶ沢町民への浸透度がまだまだ低いという点である。「町の広報誌に掲載されているものの記事は小さいこともあり、詳しい問い合わせを再度する必要があるので、記事では内容が分からない」（鰺ヶ沢マッチングファンドの助成を受けた団体の代表からのインタビュー：2006/11/11）、「（鰺ヶ沢）マッチングファンドについて、地域住民については全く知らない。『あなたの友人は助成金をもらって何しているの？』と間接的に言われたことがある。金額だけが気になっているようで、農業とかの助成金は住民個人にくるので、それに誤解をしているのかも」（鰺ヶ沢マッチングファンドの助成を受けた別の団体の代表からのインタビュー：2006/11/11）といった声から分かるように、住民の理解は不十分のようである。もっとも2007年度の鰺ヶ沢マッチングファンドの募集に関しては、グリーンエネルギー青森がより力を入れたこともあり、募集の問い合わせは前年に比べて向上しており、今後の動向に注目する必要がある。

第二に、鰺ヶ沢マッチングファンドが、ともすれば従来の鰺ヶ沢町からの補助金の助成と同様の扱いになってしまうことが懸念される。他の過疎地域でも見られることであるが、鰺ヶ沢町でもこれまで地域の活動にさまざまな補助金を与えてきた。だが、町の財政問題により補助金が削減されることによって、地域活動が衰退してきたという経緯がある。例えば、鰺ヶ沢町ではまちづくりの支援を行っており、以前では年間最高25万円の助成があったが、現在は8万円が上限である。そして、これまで鰺ヶ沢町が補助金を出すと、公民館の主事や地元の議員などが実行委員になりイベントを開催するが、補助金がカットされ、どれも3回で終わってしまったという（「せせらぎ中村委員会」のK氏からの聴き取り：2006/11/11）。さらに、鰺ヶ沢町で20年以上続いているトライアスロン大会は、当初は民間企業の支援などがあり財政的には問題がなかったが、2000年には鰺ヶ沢町の補助金だけとなり[21]、2003年からは町の財政難のため助成金はゼロになった。現在は、全国からの参加者による参加費と、鰺ヶ沢町の商店や企業に協賛金を得て、さらに町役場の資材の使用や町役場職員のボランティアの活動によって、自主運営しているという（「トライアスロン実行委員会」K氏からの聴き取り：2006/11/11）。

このような鰺ヶ沢町の地元住民による活動状況の背景には、鰺ヶ沢町特有の地域文化も関係している。鰺ヶ沢町は地域の活動に対してさまざまな助成を行ってきた。鰺ヶ沢住民の体質に「町におんぶにだっこの体質。逆に、町がなんでやってくれないのかという風潮がある」という声が聞かれるように、住民の町役場に対する長年の依存体質は根強い。つまり助成があるときは活動をするが、なくなれば活動をしないという歴史が繰り返されてきたのである。したがって、仮に行政の補助金の代わりとして鰺ヶ沢マッチングファンドが位置づけられ続ければ、同様の帰結になるおそれは十分にあるといえるだろう。

さらに、明治22年の市町村制施行以降、津軽西部の政治、経済の中心地でもあった鰺ヶ沢町自体は、昭和30年（1955年）に鰺ヶ沢町、赤石村、中村、鳴沢村、舞戸村の1町4ヵ村が合併して、現在の形になった。だが、この5つの地区は現在でも独自性が強く、地域間の連携はなかなか見られない。鰺ヶ沢マッチングファンドの助成を2年連続受けた団体は「なぜ、この地区の活動だけ助成を受けるのか」と指摘されたと話す（団体リーダからの聴き取り：2007/9/11）。

以上のような状況の中で、鰺ヶ沢マッチングファンドの助成に対して求められている点は、鰺ヶ沢町の地域文化を考慮したまちづくり助成とそのための仕組みを構築する必要があるとい

Hosei University Repository

うことだろう。上述した「せせらぎ中村委員会」も「トライアスロン実行委員会」も、鰺ヶ沢マッチングファンドの助成を受けて、自主財源を確保し継続的な活動を目指している。だがその一方で、マッチングファンドの助成自体がその場かぎりの活動にならないように、グリーンエネルギー青森が助成団体に対してアドバイスをするようなきめ細かな対応が求められているといえる。ところが現状ではグリーンエネルギー青森の人的資源の問題もあり、きめ細かい配慮は難しい。鰺ヶ沢町から離れた青森市内のNPOであるグリーンエネルギー青森が企画運営していることも、鰺ヶ沢町に根ざした支援活動ができない構造的要因であろう。鰺ヶ沢マッチングファンドを原資としながらも、その運用と地域活動への支援を具体的に実施するような中間支援的な団体が、鰺ヶ沢町に求められているといえるのではないだろうか。

3-3　石狩の市民風車立地点における活動

ここまで初期3風車の立地点における市民活動について述べてきた。それぞれ立地点に異なった事情があることがわかるが、これらの活動と比較しながら、次に石狩市民風車の立地点における活動を見てみよう。

石狩の市民風車立地点には、NPO法人「ひとまちつなぎ石狩」が活動をしている。この会の代表H氏は、以前、生活クラブ生協北海道の理事や代理人運動[22]として市民ネットワーク北海道の議員を3期つとめた経験を持つ。ひとまちつなぎ石狩の活動と並行して、石狩市民風車の事業主体である中間法人石狩市民風力発電の代表理事も担っている。代表理事をH氏に北海道グリーンファンドが依頼した背景には、H氏が生活クラブ生協北海道の理事だったこともあり、市民風車の活動が「反・脱原発運動」の一環であるという理解が共有できるためであるという（北海道グリーンファンドのスタッフK氏からの聴き取り：2006/5/19）。また、石狩市の2基の市民風車は北海道電力の系統連携募集枠の事業者枠と地元枠にそれぞれ1基ずつ建設した経緯があり、北海道グリーンファンドと石狩市長との橋渡しを議員経験があったH氏が行ったことも関係している。

さて、「ひとまちつなぎ石狩」の活動内容は多岐にわたっているが、市民風車との関連でいえば、他の市民風車同様に、石狩市内の学校をくまなく回り、市民風車の愛称を募集したり、市民風車のオープニングセレモニーの準備を行っている。また、北海道グリーンファンドと共催で自然エネルギーの学習会や、キャンドルナイトナイトの実施、風車の版画や環境パネルの展示などを石狩市環境課などと共同して実施している。このような「ひとまちつなぎ石狩」の活動の背景には、中間法人石狩市民風力発電から風車に関連した地域情報の発信という事業委託を受けていることが関係している。つまり、上述した秋田の市民風車の立地点における活動と同様であるといえるだろう。

そもそも「ひとまちつなぎ石狩」は、NPO法人化への準備を実施していた2003年末に「こだわり師走市」というイベントの開催から活動をスタートした。このイベントは石狩市の市民団体における工芸品の発表を通じて、地域の活動を紹介するとともに、市民団体や地域住民の「つながり」を生み出すことが狙いとされている。この他にも地域団体のホームページのサポート、地元産の農産物を使った料理の講習会などを実施し、最近では石狩産にこだわった「石狩こだわり納豆」を試作、販売も行っている。このような活動を展開する理由は、「ひとまちつなぎ石狩」が、地産地消にこだわり、地域の人々に地域のものが手に入る仕組みの構築を重要視しているためである。また、地産地消の活動という点については、グリーンエネルギー青森が、鰺ヶ沢町で行っている実践と通じるものがあるといえるだろう。さらに「ひとまちつなぎ石狩」は、石狩市から「地域活動トライアルプログラム」として事業委託を受け、団塊の世代の比率が北海道内で一番高い石狩市において、石狩市内のさまざまな地域活動と、そこで初めてこのような活動を体験する団塊世代の人々に可能な活動体験メニューの紹介を行っている。

ここまで「ひとまちつなぎ石狩」の活動内容を見てきたが、次に「ひとまちつなぎ石狩」について特筆すべき点を挙げていこう。第一に、

Hosei University Repository

「ひとまちつなぎ石狩」の活動の拠点となる場所（石狩市民図書館）自体を「ひとまちつなぎ石狩」のメンバーらが作り上げたという点である。「ひとまちつなぎ石狩」の代表H氏をはじめとしたメンバー（女性）が、1984年から「石狩町に図書館づくりをすすめる会」を発足させ、図書館の建設に向けた住民運動を展開し、行政や議会への働きかけを行った結果、2000年に石狩市民図書館が完成した。石狩市には鉄道の駅がなく、活動紹介や展示を行う公共スペースが少なかったのだが、石狩市民図書館の完成によりその問題が解消された。なお、「石狩町に図書館づくりをすすめる会」は、図書館完成後は「石狩市民図書館とあゆむ会」として、市民の立場で図書館運営に提言や、活動の支援を行っている[23]。

第二に「ひとまちつなぎ石狩」の活動が、さまざまな市民活動だけではなく、石狩市といった行政との協働作業が多いことも特筆される点である。「石狩市としてもNPOとの関わりを持ちたいという思惑がある一方で、NPO側も実績が欲しい」（「ひとまちつなぎ石狩」代表H氏からの聞き取り：2006/6/16）という行政とNPOの思惑の一致ということもあるが、「ひとまちつなぎ石狩」の代表H氏が、石狩町・石狩市の議員として活動してきたことによって培われた行政や市長、議員などの政治的なコネクションが、現在の「ひとまちつなぎ石狩」の活動の幅を広げているといえるだろう。勿論、H氏をはじめとしたメンバーの住民運動、市民運動の歴史[24]、活動のノウハウやポリシー[25]が、現在の活動の原動力になっていることは言うまでもない。「ひとまちつなぎ石狩」のパンフレットには、「地域を活性化するためには、多様な市民力が必要です。潜在的な市民力を掘り起こし、その結びつきを強め広げるために「ひとまちつなぎ石狩」の活動を作っていきたい」と書かれてある。まさに「ひと」と「まち」をつなげるような活動は、こうした長年の経験と、人的ネットワークが存在するからこそ、可能になっているといえるだろう。

しかしながら、H氏は現在の市民風車事業・運動と、石狩市民との「距離」の遠さも感じているのも事実である。実際に、石狩市の市民風車への地元住民の出資はそれほど多くはない。一般の市民の反応は、風車を遠くから見ている事が多く、H氏が「そばに見に来て下さい」と促すと、見に来るという様子である。また、H氏は「風車を遠くから眺める」地域住民の様子や、これまで自らの運動の経験を踏まえて、「市民風車は突然できたので、本来の市民参加型ではない。地域住民に対して「風車のある街」として認めてもらうには時間がかかるが、それには小さな活動の努力が必要になってくる。風車を身近に感じてもらう活動が重要であり、この「ひとまちつなぎ石狩」の活動によって、地域住民が風車を受け入れてもらえるようにしたいと思っている」と語る（2006/6/16のインタビュー）。さらに、市民風車に対する一般市民のまなざしの1つとして次のような意見にも耳を傾ける必要があるだろう。秋田の市民風車事業・運動に対して、その活動意義や地域社会への貢献度を認めた上での語りである。

「かつての木造の風車に対して近代的な風車に対して若干の違和感がある。近代的な風車の音は無機質であり、こうした無機質なものに対して人間の心を通わせることは難しいのではないか。また風車自体は企業が立てれば、市民がお金を出す必要もなくなる。市民風車を立てて、そこで人々が環境について考えることができるように、市民風車がつくる人の繋がりの暖かさをつくる試みが必要ではないだろうか[26]。」

「ひとまちつなぎ石狩」代表のH氏が言うように、市民風車事業・運動の大半は、落下傘型の運動であり、風車へのまなざしは上述したように必ずしも肯定的であるとは限らない。市民風車運動・事業における「市民」が出資者だけのものにならないように、市民風車立地点の市民活動が、市民風車を「市民」風車らしくさせるための重要な要素であると思われる。上記の2つの語りは、すべての市民風車の立地点における市民活動の共通の課題であるといえるだろう。

4　まとめにかえて

本稿では北海道石狩市の市民風車への出資者調査の分析と、4つの市民風車の立地点における市民活動の現状について把握してきた。データ分析からは、市民風車事業・運動の社会的認

Hosei University Repository

知の上昇と、出資者が初期3風車の出資者に比べ、風車へのコミットメントを求める動機や経済的な点を重視する傾向を見出すことができた。また、石狩市民風車に中心的に出資をした、カタログハウス経由の出資者は、北海道グリーンファンド経由の出資者に比べて運動性は相対的に低いものの環境に対する意識は総じて高い。つまり、市民風車事業・運動は、相対的に環境意識は高いが具体的な行動にまでは至らなかった人々に対して、具体的な貢献の窓口として機能しているといえるだろう。

また、初期3風車に加えて、石狩の市民風車の立地点における市民活動ついて考察してきた。それぞれの市民風車立地点の市民活動の実態は、風車の設立経緯や立地点での活動実績の違いによって異なる。だが、市民風車と出資者との関係性を構築する試みや、市民風車立地点における地域活動を活性化することの重要性とその困難さの一端が明らかになったといえるだろう。

さて、飯田（2005）によれば、自然エネルギーには次のような10のメリットがある。1）地球温暖化の防止、2）地域の環境問題の解決、3）日本の自然エネルギー自給向上、4）自然エネルギー産業の育成、5）健全な雇用の創出、6）地域資源の有効活用、7）エネルギー政策の地方分権化、8）意思決定への市民参加、9）地域社会の活性化、10）生きた環境教育の提供である。これまでの市民風車に関する先行研究（飯田ほか，2004；丸山，2004；2005，三上，2004；西城戸・丸山，2006）からわかるように、市民風車事業・運動の取り組みは、まさに上記のメリットを体現するものであるといえる。しかし、これらのメリットはあくまでも市民風車の仕組みがもつポテンシャルであって、これらのメリットを実現し、生かしていく上では単に仕組みを利用して風車を建設するだけでは不十分である。では、これらのメリットを実現し、生かしていくためにどのような条件を設定することが必要だろうか。この点について、市民風車にかかわる政策や市場などの外部環境、市民風車の事業開発を行う事業者の戦略、および本稿で分析してきた出資者の動向の変化と立地点における市民活動という観点から整理し、本稿のまとめにかえたい。

まず、市民風車にかかわる政策や市場などの外部環境について、近年の自然エネルギー政策および市場の動向を鑑みると、風力発電の事業リスクはきわめて高くなってきていることが挙げられる。風力発電は自然エネルギー技術の中でも成熟した技術であり、政策的な支援によって大幅な普及が見込めるにもかかわらず、国内では高い事業リスクゆえに市場が伸び悩んでいるという現状がある。実際に、石狩市民風車の事業開発においても、北海道電力の一般公募枠の8万キロワットには競争率8倍となる約65万キロワットの応募があり、その中でくじ引きに当選したことによって石狩の事業が成立したという経緯がある。

募集枠や系統連携の詳細は電力会社によって異なるが、風力発電事業者にとって事業を成立させるのが厳しい状況にあることには変わりない。では、そうした状況において市民風車の開発を進める事業者はどのような戦略を取るのだろうか。市民風力発電事業者の戦略は、上述の外部環境を所与として、「持続可能なエネルギー社会の実現」と「事業採算性の成立」という2つの方向性のせめぎ合いの結果として現れてくる。つまり、風力発電事業を通じて上記の10のメリットを実現するといったミッション（使命）をもつと同時に、一企業として経済的に事業採算性を成立させなければならない。この2つの方向性のせめぎ合いは上述のような外部環境に左右されると同時に、事業者組織の内部環境にも左右される。例えば、青森県鯵ヶ沢の事例では、1）市民参加による風車建設を通じ、自分たちのエネルギーは自分たちで選び、創り出すという仕組みを実現させること、2）地域社会の活性化に貢献することの2つを事業の趣旨とし、出資募集にあたっては全国枠よりもやや好条件の地元枠を設けることで立地地域への利益還元をはかるなど、「持続可能なエネルギー社会の実現」という方向性を強く打ち出していた。一方で、地元枠を設けることにより、全国枠のみの場合に比べて事務コストが増えていたことも確かであり、「事業採算性の成立」という方向性は「持続可能なエネルギー社会の実現」とい

Hosei University Repository

う方向性に劣後するかたちになっていた。2003年のRPS法施行以降、売電価格の影響や系統連携の問題による事業リスクの高まりを背景として、石狩市民風車と市民風車ファンド2006の募集では全国枠のみ一口50万円というスキームになり、「持続可能なエネルギー社会の実現」の方向性に劣後するとはいわないまでも、青森の事例に比べて「事業採算性の成立」の方向性がやや強くなってきている。

このように市民風力発電事業者の戦略は、「持続可能なエネルギー社会の実現」と「事業採算性の成立」という2つの方向性というジレンマを外部環境との関係で検討する必要がある。したがって、さらに政策・市場による外部環境の悪化することで、「事業採算性の成立」の方向性がより強く打ち出され、「持続可能なエネルギー社会の実現」の方向性が前者に劣後するような事態になり、丸山（2005）が指摘した市民風力発電事業者と一般風力発電事業者との差異がなくなってしまうことも考えられる。だが、そのような可能性は現時点では考えにくいといえる。なぜならば、市民出資による自然エネルギー事業の競合他社に対する優位性とは、「持続可能なエネルギー社会の実現」を主軸としている部分にあるためである。例えば、一般的なエコファンドと比べた場合、投資の経済的側面だけを見れば、エコファンド[27]の方が優位である。一方で、出資者の視点から見た場合、エコファンドへの出資金がどのように環境に貢献したのかは、必ずしも出資者が実感できるとはいえない。しかし、市民出資への出資金は明確に自然エネルギー事業に投下されるため、市民風車であれば、出資者は実際にあの風車に自分の資金が使われ、環境に貢献しているということを実感することができる。また、鯵ヶ沢町の事例のように、市民風車の建設をきっかけとして、出資者と地域社会をつなぐように社会的ネットワークを構築することは、そういった実感を補完するように作用している。つまり、事業者、出資者、地域社会が「持続可能なエネルギー社会の実現」という理念とプロセスを共有できるという点に市民出資の優位性があるのである。そのため、今後も「持続可能なエネルギー社会の実現」という方向性が市民風力発電事業者の戦略において大きなウェートを占めることに変わりはないと考えられる。

しかしながら、石狩市の市民風車の出資者の動向を見ると、初期3風車と比較して、やや経済的な要因を重視していることが伺えた。事業者側が「持続可能なエネルギー社会の実現」という理念を掲げていながらも、出資者側の動向が経済的な要因をより重視するのであれば、市民風車への出資も減る可能性はある。だがある意味、経済性のみを重視する人々に出資を期待するよりも、社会的投資という点をある程度重視した人々から、市民風車事業・運動を広げていくという方が現実的であり、そのような市民風車への潜在的な出資者は、出資募集状況をみると数多いのではないかと思われる。

一方、市民風車へのコミットメントを重視する出資者が多く存在していることや、市民風車への出資者が自らの出資が環境に貢献しているという感覚を享受できるようにするためには、出資者と地域社会をつなぐ社会的ネットワークの構築が欠かせない。そのためには、風車立地点における地域活動が活発化することも不可欠である。市民風車立地点の調査結果からは、「落下傘的な」市民風車事業・運動の現状を前にして、これから立地点における活動を時間がかかるが地道に続ける必要性が示唆されたといえるだろう。出資者の動向に合わせて、風車立地点における市民活動の動向を把握し、両者のリンクを今後も見守る必要があると思われる。

註

1）各調査データの使用については、調査主体である株式会社自然エネルギー市民ファンドの許可を得て分析を行っている。

2）先行研究から初期3風車のなかでも出資枠ごとの特性の違いが明らかになっているが、本稿では特に出資募集における広報の違いという点に着目し、浜頓別、青森、秋田の事例を初期3風車として扱うこととする。なお、分析上それらを分けて考える必要がある点については適宜出資枠ごとのデータを参照する。また、以下で議論する石狩の市民風車の調査結果は、古屋（2007）と重複する点がある。

Hosei University Repository

3）ただし、50万円を一人で出資するのは難しいという声もあり、5万円ずつ複数の人々で共同して出資した場合もある。

4）鰺ヶ沢町での出資募集の経過は三上（2004）が詳しい。

5）北海道浜頓別町、秋田県天王町（現、潟上市）などの市民風車事業・運動を展開する北海道グリーンファンドに関連する組織について簡単に触れられた論考として、大室（2006）がある。

6）北海道枠の中心的出資者は50代の男女であり、性別と年代のクロス集計では50代男性が全体に占める割合が18.9%、50代女性が25.2%となっている。北海道枠において50代女性が特に多数を占めたのは、この事例の前身となる脱原発運動やグリーン電気料金制度の中心的な担い手が50代女性（主に主婦）であったことが主な要因であると考えられる。

7）有限責任中間法人自然エネルギー市民基金は、北海道グリーンファンドと環境エネルギー政策研究所の合同出資によって2003年2月に設立され、株式会社自然エネルギー市民ファンドの倒産隔離と監視を行っている。また、市民が参加する自然エネルギーの普及を促進するための活動を行っている。

8）この調査は、地球温暖化防止東京ファンドの組成を想定し、東京都民にはどの程度出資意思があり、どのような点を重視するのかを明らかにすることを目的として行われたインターネットによる調査である。この調査は、環境省の平成18年度地域協同実施排出抑制対策推進モデル事業の一環として行われ、調査報告書のPDFファイルは、http://www.shimin-kikin.jp/library/survey_research_about_fund_for_the_climate_change_in_Tokyo_2007.pdfから入手可能である。

9）サンプルは、株式会社マクロミルのネットリサーチモニターから東京都民1,030人を抽出している。具体的な抽出方法としては、まず都内在住のモニター1万人に対して3問のスクリーニング調査を行い、スクリーニング条件である「投資への関心もしくは経験がある」に合致した3,486人から1,030人をランダムに抽出している。なお、スクリーニング調査の設問と詳細については同調査報告書21ページに掲載されている。

10）費用等の問題を考えると同じ質問項目を用いた全国調査を行うことは困難であり、現状で出資者の位置づけを明確にすることが可能な最良のデータであると考えられるため、この調査データを対照データとして用いた。

11）石狩の市民風車の出資者の中で、北海道浜頓別の市民風車に訪問したことがある出資者は6.7%、青森県鰺ヶ沢町は1.8%、秋田県天王町（現、潟上市）は3.9%である（複数回答可、全体の比率）。

12）なお、北海道浜頓別の市民風車への訪問希望は24.9%、青森県鰺ヶ沢町の市民風車は18.0%、秋田県天王町（現、潟上市）の市民風車は17.3%、2006年に完成する市民風車（大間・秋田・波崎・海上）は35.5%である。

13）市民風車立地点における市民活動の聴き取り調査は、西城戸が実施したものである。

14）当選した現職が1,541票であり、S氏は1,273票だった。

15）幌延問題の詳細については、滝川（1991；2001）、西城戸（2004）を参照のこと。

16）「自然エネルギーを考える会」では直接的に幌延問題に対する抗議活動を展開しているわけではなく、「自然エネルギーから、反原発や幌延問題に意識を向けるように努力をしたい」（代表S氏からの聞き取り：2003/8/6）という意向がある。ただし、2004年末から北海道幌延町の深地層研究所に対する電源三法による特別交付金の問題で浜頓別町長と自然エネルギーの会で「距離」が出てきたことから状況が変わる。特別交付金は年間3,000万円であり、「自然エネルギーを考える会」代表S氏らも、「3,000万円というお金は過疎地においては貴重な財源になるので申請は致し方ないが、3,000万円を受け入れる条件として浜頓別町には放射性廃棄物を入れないように、放射性廃棄物の持ち込みを禁止するという条例を作って欲しい」という申し入れを浜頓別町に行い、2004年9月議会において町長自身も条約をつくると宣言した。しかしながら、2004年12月には町長は町議会にこの条例について提案をしないと宣言した。「自然エネルギーを考える会」は、2004年11月に署名活動を開始し、12月には住民の67%の署名を集め、町長に提出したものの、町長は結局、条例の提案をしなかった。そこでさらに署名を集めることになり、同時に「核廃棄物を受け入れない町民の会」が設立される。「自然エネルギーを考える会」、労働組合（平和運動フォーラム）と一般住民を中心としたこの会は、20才以上の有権者で3,500人の署名を集めた。これは当時の浜頓別町の有権者人口の82%にあたる。2005年3月に再度請願書を提出したが、町長は条例の議案を提出せず、議会においては、5対6（1名は議長）で否決された。「自然エネルギーの会」は、住民直接請求や条例の直接請求を実施しようと考えていたが、2006年4月の首長選挙をした方がよいということになり、選挙の準備をするよう

Hosei University Repository

になったという（2006/8/26：「自然エネルギーを考える会」代表S氏からの聞き取り）。

17) 2002/9/14における筆者（西城戸）の参与観察による。

18) 北海道グリーンファンドは、生活クラブ生協北海道の反・脱原発運動の中心的なメンバーが立ち上げたという背景があるため、北海道グリーンファンドが秋田の市民風車を立ち上げる際に、生活クラブ生協の組合員に呼びかけたのではないかと「市民風車の会あきた」の代表H氏は語る（2006/9/22のインタビュー）。

19) 食や子育てに関する中間支援を実施する「あきたNPOコアセンター」K氏からの聴き取り（2006/9/21）。

20) 「市民風車の会あきた」の代表H氏へのインタビュー（2006/9/22）。

21) 当初は民間企業が出していた助成金（年間約300万円）をそのまま町が拠出していたという。

22) 代理人運動とは、既成の特定政党から自立した生活クラブ生協の考え方を地方議会に反映し、実現できる人を生活クラブの「代理人」として地方議会に送り込む運動である。1990年に市民ネットワーク北海道が結成され、1991年には札幌市、石狩町（当時）に合計4名の議員を輩出し、2007年の統一自治体選挙では札幌市を含む周辺3市1町から9名の代理人が誕生している。

23) 「石狩市民図書館とあゆむ会」のメンバーには石狩市民図書館におけるボランティア活動（フロア・ボランティア、対面朗読、お話の会、布の絵本作りなど）を実施している人もいる。

24) H氏が最初に住民運動に関わった運動は、1988年に石狩町（当時）の住宅街のパチンコ屋の建設反対運動である。パチンコ屋が小学校の通学路に建設されそうになったことに対して、一戸建てを購入した人を中心とした地域住民、PTA、幼稚園などの育児中の母親、生活クラブ生協北海道の石狩支部のメンバー（H氏は当時、支部委員長）が参加したこの反対運動は、20歳以上の署名が8,000人も集まり、議会を巻き込む運動になったという（H氏への聴き取り：2006/6/16）。石狩町（市）は、札幌市のベットタウンとして人口が増加したが、インフラ整備が追いつかない状況であり、住民の潜在的な不満は高かったといえる。こうした地域におけるインフラ整備の不備や開発に対する「母親」による住民運動の事例は数多いと思われるが、玉野（2005）による議論が参考になる。

25) H氏は、「ひとまちつなぎ石狩」の原点は、生活クラブ生協の活動にあると語る。「生活クラブ生協は「民主主義の学校」と言われたが、小さなことを積み重ねることを続けてきた。ひとまちつなぎ石狩の原点は、生活クラブである。市民の意見はいい加減なものもあるが、まともなことを言う人も多い。でもうまく行かないときは（意見を）掘り返し、情報を開示するという方法で活動してきた。そして、市民が主体で行う「市民主体」を訴えてきた。審議会への市民の参加、市民参加の仕組み、子どもや障害者の視点など、こうした活動の原点には、生活クラブ生協の活動があったのだと思う」（2006/6/16の聴き取り）。

26) 「あきたNPOコアセンター」K氏からの聴き取り（2006/9/21）。

27) 環境経営に取り組む企業や環境配慮型商品の開発、環境技術の開発などを行う企業の株式に重点的に資金を投下する投資信託。商品や時期によって微妙に異なるが、全般的に配当利回りは市民出資よりも高く、途中解約などの流動性も高い。

参考文献

古屋将太，2007，『市民出資による自然エネルギー導入と社会の共進化』法政大学政策科学研究所ディスカッションペーパーシリーズ　2007−2．

飯田哲也ほか，2004，『市民主体型のエネルギー政策に関する研究』，2003年度持続可能な社会と地球環境のための研究助成成果報告書

丸山康司，2004，「環境問題と社会的持続可能性 ―市民風車事業における社会的ネットワーク―」『家計経済研究』63：32−40.

丸山康司，2005，「環境創造における社会のダイナミズム ―風力発電事業へのアクターネットワーク理論の適用―」『環境社会学研究』11号：131−144.

MARUYAMA, Yasushi, Makoto NISHIKIDO, Tetsunari IIDA, 2007, "The rise of community wind power in Japan: enhanced acceptance through social social innovation" *Energy Policy 35*: 2761−2769.

三上　亨，2004，「市民風車が創り出す新たなビジネスモデル」，川崎賢一・李妍焱・池田緑編著『NPOの電子ネットワーク戦略』東京大学出版会，pp71−100.

西城戸誠，2004，「抗議活動の生起と「運動文化」に関する比較研究 ―幌延問題を事例として―」『環境社会学研究』10：145−160.

西城戸誠，印刷中，「市民風車への出資と市民風車事業のゆくえ」，丸山康司・飯田哲也編『市民風車が創る地域社会 ―新たなコミュニティビジネスを求めて』麗澤大学出版会.

西城戸誠・丸山康司，2006，「「市民風車」に誰が出資

Hosei University Repository

したのか？—市民風車出資者の比較調査—」『京都教育大学紀要』108：115−132.

大室悦賀，2006，「ソーシャル・イノベーションが変える社会」，谷本寛治編著『ソーシャル・エンタープライズ　社会的企業の台頭』中央経済社，pp47−93.

Putnam, R.D., 1993, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press.（河田潤一訳，2002，『哲学する民主主義—伝統と改革の市民構造』NTT出版）

滝川康治，1991，『幌延 —核のゴミ捨て場を拒否する』技術と人間.

滝川康治，2001，『幌延ー核に揺れる北の大地』七つ森書房.

玉野和志，2005，『東京のローカル・コミュニティ —ある町の物語一九〇〇ー八〇』東京大学出版会.

[付記]

本稿は平成17−19年度日本学術振興会科学研究費（研究代表者：西城戸誠）による研究成果の一部である。